

[数字营销：流量到变现]

明道以取势，优术以利器，践行以转利；

[课程背景]

市场同质化加剧竞争的残酷，互联网营销概念泛滥，可行性策略匮乏，企业付出大量财力物力人力，却难免误入“伪应用”的状态！大量试错之后才发现，互联网系统升级的专业门槛越来越高，如何应对品牌营销成本，获取更多有效的营销通道，实现低成本高产出的营销收益，是所有传统经营模式必须面对的问题，随着全球数字化、互联网应用于各行各业，累积的数据量越来越大，越来越多企业、行业和国家发现，数字营销技术可以更好地服务客户、发现新商业机会、扩大新市场以及品牌发展效率，并逐步形成品牌市场溢价的话语权，打造企业可持续的差异化竞争力。

数字营销技术的应用的推动普及，背后离不开大数据概念。本课程将深刻立体化解读大数据概念的实际应用价值，以落地实效的数字营销管理系统和工具实现对大数据完整的落地。

[课程形式]

互动研讨，分组演练；双效通道：应用+训练；
顾问+教练！以解决问题为导向，用运营实战为核心。
化繁为简，直击核心！有效应用，价值倍增！

[课程时长]6 课时

[课程大纲]

一、营销模式升级：流量时代

- 1、【图解工具】互联网应用系统工程；
- 2、网络营销 1.0 到新媒体营销 5.0；
- 3、新商业 9 宫格；
- 4、入口：一切从流量开始！
- 5、转化：营销数字化赋能！
- 6、商业模式之殇：交易要素的原罪？
- 7、单一依赖：烧钱也烧不出来的竞争力！
- 8、互联网营销模式变化；
- 9、【案例研讨】大数据营销用户行为分析；
- 10、全网营销两大永恒是什么？
- 11、互联网品牌营销用户两性关系；
- 12、【案例研讨】任务完成度+用户体验度；
- 13、【案例研讨】用户路径验证商业路径；
- 14、【现场应用】你的用户路径是什么样？

15、 数字营销：经营成本到用户成本；

二、营销创新落地：数字变现

- 1、 大数据精准营销；
- 2、 【案例研讨】互联网营销核心：用户体验管理；
- 3、 【案例研讨】互联网在线用户体验 5 类核心；
- 4、 【案例研讨】品牌体验 6 度罗盘；
- 5、 品牌营销“四流”与“四度”；
- 6、 【案例研讨】品牌营销“四度”结合；
- 7、 全网营销主流三类形式整合：搜索广告，搜索优化，社交媒体；
- 8、 全网营销五大实施策略：KPI 策略，关键词策略，媒介策略，执行策略，优化策略；
- 9、 新商业 9 宫格：场景落地；
- 10、 新商业场景布局图；
- 11、 刚需 VS 软需，高频 VS 低频；
 - ✚ 消费决策变化；
 - ✚ 互联网用户路径分析；
 - ✚ 成本结构变化：经营成本 VS 用户成本；
- 12、 【案例研讨】用户路径设计推演；
- 13、 互联网品牌营销金三角；
- 14、 互联网品牌营销 5W2H；
- 15、 品牌营销 4ps 升级；
 - ✚ 互联网品牌营销 4I 原则；
 - ✚ 品牌营销 4I 原则落地方法；
- 16、 品牌利润增长 7 大模型；